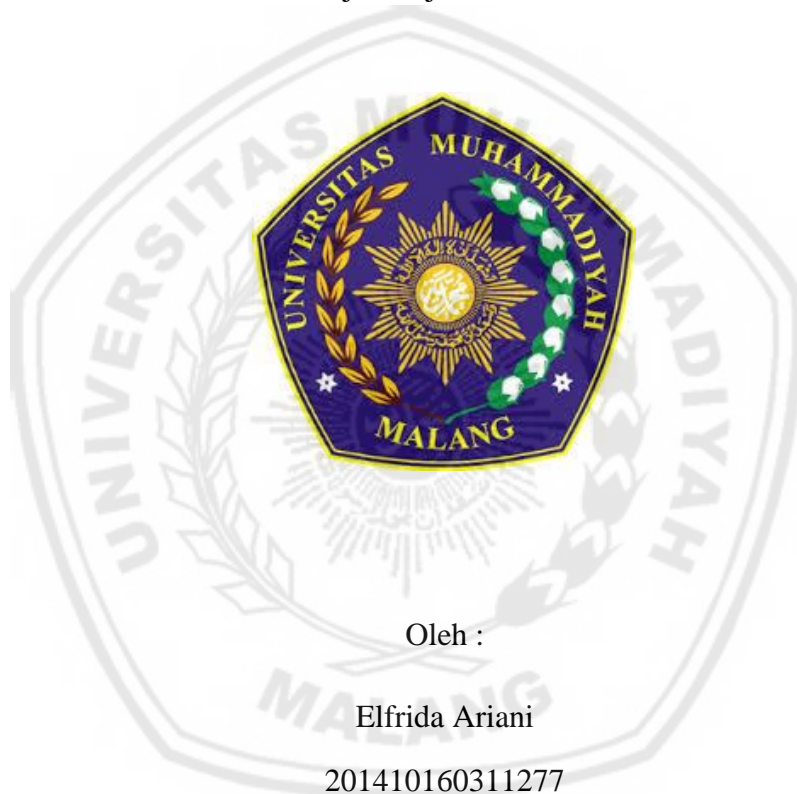


**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS MEREK TEHBOTOL SOSRO**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Elfrida Ariani

201410160311277

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2018**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS MEREK TEHBOTOL SOSRO**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Elfrida Ariani

201410160311277

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2018**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK TEHBOTOL SOSRO**

Oleh :

**Elfrida Ariani**  
201410160311277

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 06 Oktober 2018

Pembimbing I,

  
**Dr. Rahmad Wijaya, M.M.**

Pembimbing II,

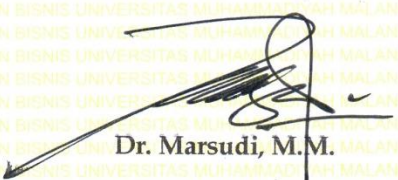
  
**Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Jurusan,

  
**Dr. Marsudi, M.M.**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur saya haturkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah serta ridho-Nya yang telah memberikan kemudahan dalam proses penulisan skripsi ini, serta peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis hingga mampu menuntaskan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Tehbotol Sosro”. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Fauzan M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Ida Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Marsudi, M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Rahmad Wijaya, M.M. selaku pembimbing I dan Dra. Sri Nastiti A., M.M. selaku pembimbing II yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak / Ibu Dosen Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membagi dan memberikan pengetahuan selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya tercinta dan saya sayangi Ayahanda Anang Ahmadi dan Ibunda Ely Aminah serta adik saya Mohammad Waliyyu Amri yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik do'a, materi serta kasih sayang dari awal hingga terselesaiinya skripsi ini.
7. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu hingga terselesaiinya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karna kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Maka dari itu kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi menuju kesempurnaan. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya dan bagi penulis sendiri.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Malang, Oktober 2018

Penulis,

Elfrida Ariani



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACTError! Bookmark not defined. ....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	12
B. Tinjauan Pustaka .....	13
1. Loyalitas Merek.....	13
2. Citra Merek.....	20
3. Kualitas Produk .....	23
C. Kerangka Pikir.....	26
D. Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Lokasi Penlitian.....	31
B. Jenis penelitian .....	31
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
1. Populasi .....	31

2. Sampel.....	31
D. Definisi Operasional Variabel.....	32
E. Jenis dan Sumber Data.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Skala Pengukuran.....	35
H. Teknik Pengujian Instrumen .....	36
1. Uji Validitas .....	36
2. Uji Reliabilitas.....	37
I. Uji Asumsi Klasik.....	38
1. Uji Normalitas .....	38
2. Uji Heteroskedastisitas .....	39
3. Uji Multikolinieritas .....	39
4. Uji Autokorelasi .....	40
J. Teknik Analisis Data .....	40
K. Uji Hipotesis.....	41
1. Uji t.....	41
2. Uji f.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Karakteristik Responden.....	44
B. Uji Instrumen Penelitian.....	47
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reliabilitas.....	48
C. Deskripsi Jawaban Reponden.....	49
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Normalitas .....	55
2. Uji Heteroskedastisitas .....	56
3. Uji Multikolinieritas .....	57
4. Uji Autokorelasi .....	57
E. Koefisien Determinasi .....	58
F. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
G. Uji Hipotesis.....	61



1. Uji t (Parsial) .....	61
2. Uji f (Simultan) .....	62
H. Pembahasan .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	69
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	28
--------------------------------	----

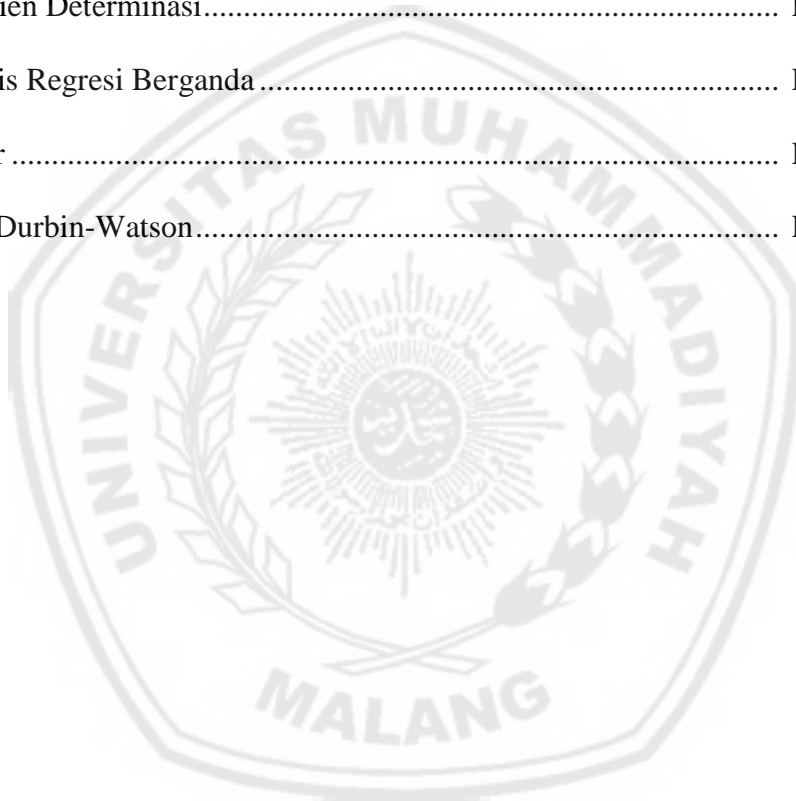


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Teh Dalam Kemasan Siap Minum.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang .....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	33
Tabel 3.2 Skala Likert .....	36
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	45
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	45
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kemasan Yang Dibeli.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	49
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	51
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk...	52
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Merek ..	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi .....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	58
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linier Berganda .....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Kuisioner .....	Lampiran 1
Uji Validitas .....	Lampiran 2
Uji Reliabilitas .....	Lampiran 3
Uji Asumsi Klasik .....	Lampiran 4
Koefisien Determinasi .....	Lampiran 5
Analisis Regresi Berganda .....	Lampiran 6
Tabel r .....	Lampiran 7
Tabel Durbin-Watson .....	Lampiran 8



## Daftar Pustaka

- Aaker, David. (2009). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Agustina, Dina. (2015, 11 03). *Orang Indonesia Minum 2 Miliar Liter Teh Kemasan Setahun*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151103151544-262-89179/orang-indonesia-minum-2-miliar-liter-teh-kemasan-setahun>. [diakses pada 15 Desember 2017].
- Ahmed, Zohaib. (2014). *Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur*. *Journal of Sociological Research*, Vol. 5, No.1, hlm: 314.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Badan Kordinasi Penanaman Modal . (2017). “Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 8 Persen”.<http://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita-investasi/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-8-persen>. [diakses pada 10 November 2017]
- Bastian, A, B. (2014). “Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1, hlm: 1-9.
- Ghozali, Imam. (2009) ”Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS”. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iksan, Ashadi. (2017). “Menperin Sebut Sektor Manufaktur Sumbang 22% PDB”. <https://ekbis.sindonews.com/read/1251020/34/menperin-sebut-sektor-manufaktur-sumbang-22-pdb-1508764027>. [diakses pada 10 November 2017].
- Kementrian Perindustrian. (2016). “Industri Manufaktur Indonesia Mulai Menggeliat”.<http://www.kemenperin.go.id/artikel/6276/Industri-Manufaktur-Indonesia-Mulai-Menggeliat>. [diakses pada 10 November 2017].
- Kementrian Perindustrian. (2016). “Kontribusi Industri Manufaaktur Melesat”.<http://www.kemenperin.go.id/artikel/14532/Kontribusi-Industri-Manufaktur-Melesat>. [diakses pada 10 November 2017].

- Kementrian Perindustrian. (2016). "Menakar Prospek Industri Makanan dan Minuman". <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14292/Menakar-Prospek-Industri-Makanan-dan-Minuman>. [diakses pada 10 November 2017].
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2004). *Dasar – Dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta : PT Index Kelompok Gramedia
- \_\_\_\_\_. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran 1 Edisi Ketigabelas*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat & Ikhsan, B. R. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Oktaviani, Rani. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Minuman Isotonik Merek Mizone)".
- Peter & Olson. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 4 Jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Prabowo, Aris. (2013). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan)".
- Prasetya, E, S, D. (2016). "Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Konsumen Air Mineral Merek Aqua Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta".
- Rangkuti, Fredy. (2002). *The Power of Brands*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- \_\_\_\_\_. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

- Sagiyanto, Asriyani. (2015). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Club". *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST) Maret 2015*, hal 785-803.
- Salim, A, M, N. (2017). "Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Mie Instan Indomie Studi Pada Mahasiswa S1 IAIN Surakarta".
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Sinar Sosro. (2016). "Profil Perusahaan". <http://www.sinarsosro.id/about/corporate-profile>. [diakses pada 3 November 2017].
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunarto. (2003). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : AMUS.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Top Brand Award. (2017). "Top Brand Award". <http://www.topbrand-award.com>. [diakses pada 31 Oktober 2017].
- Widiyanto, Ibnu. & Prasilowati, L. S. (2015). "Perilaku Pembelian Melalui Internet". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.17, No.2, hlm: 109-112.
- Wibisono, Nuran. (2016, 04 01). "Saling Tumpas Dalam Perang Teh Kemasan". <https://tirto.id/saling-tumpas-dalam-perang-teh-kemasan-y7A>. [diakses pada 9 November 2017]